

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen Restoran Tomodachi di Bandung. Variable yang diteliti terdiri dari variable bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan variable yang tidak bebas yaitu loyalitas konsumen (Y).

Pada penelitian ini penulis mengambil objek penelitian di Restoran Tomodachi di Bandung yang berada di Jl. Dr Rajiman No.5 Bandung 40171. Tel. (022) 4264888 Facs. (022) 4218195.

3.2 Metode Penelitian

Sugiono berpendapat bahwa “ Metode penelitian adalah pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”. (Sugiono, 2001:1). Untuk memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan harapan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda deskriptif analitik yaitu metode yang melihat hubungan dua variabel atau lebih, metoda ini menekankan pada studi untuk memperoleh informasi mengenai status atau gejala pada saat penelitian dilakukan.

3.3 Operasional Variabel

Pada dasarnya yang menjadi objek penelitian adalah variabel. Penentuan variabel pokok yang meliputi variabel independen dan dependen berdasarkan rumusan hipotesis yang telah dibuat terlebih dahulu. Kemudian dilanjutkan dengan definisi operasionalnya termasuk di dalamnya tentang cara mengukur serta skala pegukurannya. Variabel yang diteliti harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini variabel penelitiannya adalah : kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan loyalitas konsumen (Y).

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

Variabel/ Sub Variable	Konsep Teoritis	Konsep Empirik dan Konsep Analitis	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Wykof dalam Fandy Tjiptono (2005:260)	Jumlah skor skala Perbedaan Semantik	Interval
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Fasilitas fisik, peralatan, personalia dan bahan-bahan komunikasi yang dapat memberikan bayangan kepada konsumen atas jasa yang akan diterimanya Fandy Tjiptono (2005:273)	Kualitas dilihat dari bukti fisik, seperti daya tarik terhadap kelengkapan fasilitas operasional restoran (alat makan, kursi, meja, wc, tempat reservasi, tempat tunggu dan aksesoris restoran lainnya).	Interval

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Empati (Empathy)	Kesediaan karyawan dan perusahaan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen. Fandy Tjiptono (2005:273)	Kualitas dilihat dari empati, seperti; Kesediaan karyawan dan perusahaan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.	Interval
Daya Tanggap (Responsiveness)	Keinginan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/ komplain dari konsumen. Fandy Tjiptono (2005:273)	Kualitas dilihat dari daya tanggap, seperti; Keinginan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/ komplain dari konsumen.	Interval
Keandalan) (Reliability)	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Fandy Tjiptono (2005:273)	Kualitas dilihat dari keandalan, seperti :kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.	Interval
Jaminan (Assurance)	Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Fandy Tjiptono (2005: 273)	Kualitas dilihat dari jaminan, seperti; Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.	Interval
Harga (X2)	Jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk / jasa atau jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan produk jasa Kotler dan Amstrong, 2004: 345	<ul style="list-style-type: none"> • Harga dibandingkan dengan produk bersaing. • Kesesuaian antara daya guna/ manfaat. • Kesesuaian antara harga dengan daya beli. 	Interval
Lokasi (X3)	Penting atau tidaknya sebuah lokasi akan sangat bergantung pada jenis jasa yang ditawarkan, Cowell (1991: 87)	<p>Pendapat konsumen mengenai lokasi dilihat dari tingkat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategis - Mudah untuk dijangkau. - Biaya yang dikeluarkan oleh konsumen menuju ke lokasi. - Kenyamanan. 	Interval

<p>Loyalitas Konsumen (Y)</p>	<p>Wujud perilaku dari unit- unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus- menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih Jill Griffin (2005: 5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang secara teratur • Pembelian antar lini produk dan jasa • Mereferensikan kepada orang lain • Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing 	<p>Interval</p>
--------------------------------------	--	--	-----------------

3.4 Teknik Pengumpulan Data & Pengolahan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian deskriptif analitik ini, pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

Selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka dikembangkan instrumen penelitian sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan sebagai pembanding data yang telah ditemukan, yaitu melalui observasi, wawancara, dan angket/kuesioner (Sugiyono, 2007)

a. Observasi

Penulis mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mencatat segala sesuatu yang dilihat dan didengar dengan menggunakan pedoman instrumen pengamatan berkenaan dengan indikator-indikator yang terdapat pada variabel independent dan variabel dependent.

b. Quistioner

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebarluaskan untuk mendapatkan keterangan dari sumber data.

c. Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan melalui pembicaraan terhadap tanya jawab dengan pihak yang dianggap perlu untuk mendapatkan data yang diperlukan.

3.4.2 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul sebelumnya digunakan di dalam analisis data harus diolah terlebih dahulu, adapun langkah-langkah dalam pengolahan data yang dilakukan penulis antara lain:

1. Menyeleksi data, untuk mengecek kelengkapan data dengan cara memeriksa kesempurnaan dan kejelasan dari data yang terkumpul.
2. Mentabulasi data, proses pengolahan data dari instrumen pengumpulan data menjadi tabel-tabel untuk ditelaah dan diuji secara sistematis.
3. Menganalisis data berdasarkan metode statistik yang telah dirancang.
4. Melakukan pengujian hipotesis.
5. Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel-variabel penelitian.
6. Membuat laporan penelitian.
7. Menarik kesimpulan dan saran.

3.5 Populasi dan Sample

3.5.1 Populasi

Agar penelitian ini dapat terlaksana maka penelitian ini dapat dilakukan secara menyeluruh terhadap objek yang diteliti yang disebut populasi, ataupun penelitiannya dilakukan terhadap sebagian objek saja.

Suharsimi Arikunto berpendapat bahwa “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. (Suharsimi A, 1998:115) pengertian senada tentang populasi yang dikemukakan sebagai berikut : “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin , hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas ingin dipelajari sifat-sifatnya”. (Nanan Sudjana, 1989:6). Populasi dalam penelitian ini adalah Restoran Tomodachi di Kota Bandung (Jl. Dr Rajiman No.5 Bandung 40171), jumlah konsumen rata-rata sebanyak 5000 responden per bulan.

3.5.2 Sampel

Menurut Suharmi Arikunto dalam prosedur penelitian mengemukakan bahwa “Apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi”. (Suharsimi A, 1998:120)

Tabel 3.2

Responden Restoran Tomodachi atau Konsumen/bulannya

No	Bulan	Jumlah Tamu
1	Januari	3013
2	Februari	5112
3	Maret	5907
4	April	5885
5	Mei	5547
6	Juni	5632
7	Juli	4926
8	Agustus	5317
9	September	5061
10	Oktober	5652
11	Nopember	4803
12	Desember	3207
JUMLAH		60062
Rata-rata/bulan		5000

Dalam penelitian ini responden Restoran Tomodachi di Kota Bandung diambil secara non random yaitu *accidental sampling* dan populasi konsumen

Restoran Tomodachi di Bandung di ambil secara proporsional sebanyak 5000 populasi, maka pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{5000}{1 + 5000 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{5000}{1 + 5000 (0,01)}$$

$$n = \frac{5000}{51}$$

$$n = 98,03 \approx 99$$

(minimal 99 responden , dalam penelitian ini diambil 100 responden.)

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

e = 0,1 (tingkat kesalahan)

Berdasarkan hasil pengukuran batas minimum sampel diatas dengan taraf kesalahan yaitu 10% , maka peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 100 sampel responden.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk menjelaskan hasil dari pra penelitian yang telah dilakukan, maka diperlukan adanya analisis data agar data yang ada bisa lebih valid. Sugiyono (2003:169) berpendapat bahwa “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul”.

Menurut Sugiyono (2005: 210), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila tiga variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

- a. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan bentuk model yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad \text{Sugiyono (2007: 275)}$$

Dimana :

Y = Loyalitas Konsumen

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

e = variabel pengganggu

Regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, untuk menghitung harga- harga a, b1, b2 dapat menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + \sum X_2$$

$$\sum X_1Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

$$\sum X_3Y = a \sum X_3 + b_1 \sum X_1 X_2 X_3 + b_3 \sum X_3^2 \quad \text{Sugiyono (2007: 278)}$$

- b. Setelah harga a, b1, b2, b3 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing- masing variable independen dengan variable dependen dengan rumus:

$$R_{y.x_1x_2x_3} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 + r_{yx_3}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{yx_3}r_{x_1x_2x_3}}{1 - r_{x_1x_2x_3}^2}} \quad \text{Sugiyono (2009: 233)}$$

Dimana :

$R_{y.x_1x_2x_3}$ = Korelasi antara Variabel X1, X2, X3 secara bersama- sama dengan Variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi Produk Moment antara X1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi Produk Moment antara X2 dengan Y

r_{yx_3} = Korelasi Produk Moment antara X3 dengan Y

$r_{x_1x_2x_3}$ = Korelasi Produk Moment antara X1, X2, dengan X3

Dari data di atas rumus yang paling sederhana untuk menghitung korelasi produk moment yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}} \quad \text{Sugiyono (2009: 228)}$$

Dimana :

r_{xy} = Korelasi antar variable X dengan Y

$X = (x_i - \bar{x})$

$Y = (y_i - \bar{y})$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{table} , dimana untuk mencari F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2009: 235)}$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variable Independen

n = Jumlah anggota sampel

Menurut Sugiyono (2007: 231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi

Koefisien Kolerasi	Klasifikasi
0, 000 – 0, 199	Sangat Rendah
0, 200 – 0, 399	Rendah
0, 400 – 0, 599	Sedang
0, 600 – 0, 799	Kuat
0, 800 – 1, 000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2009: 231)

3.7 Pengujian Hipotesis

Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variable yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variable bebas atau *Independen variable* yaitu kualitas pelayanan (Variabel X1), Harga (Variable X2) dan Lokasi (Variable X3), sedangkan *Variable dependen* adalah Loyalitas Konsumen (Variabel Y), dengan memperhatikan karakteristik variable yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan *analisis regresi linier ganda* untuk ke tiga variable tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen Restoran Tomodachi di Kota Bandung.

3.7.1 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (uji F)

Hipotesis di uji juga dengan uji F_{hitung} dengan rumus

$$uji F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2007: 235)}$$

Untuk menerima atau menolak hipotesis. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan menolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0.01, pada taraf signifikansi 90%.

3.7.2 Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

$$uji t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad \text{Sugiyono (2007: 230)}$$

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0.01, pada taraf signifikan 90% adalah :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi

Rumus Uji Determinasi

$$R^2 = \frac{b_1X_{1y}+b_2X_{2y}+b_3x_{3y}}{y_2} \quad \text{Sudjana (1996:368)}$$

Koefisien Determinasi (uji R^2) merupakan proporsi atau persentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variable bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variable terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Jika nilai R^2 -nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variable bebas dan terikat semakin dekat pula.
- b. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variable bebas dengan variable terikat tidak mendekati.

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugityono (2007: 348), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dengan

menggunakan instrumen yang valid dan realibel dalam pengumpulan data, maka diarpakan hasil penelitian akan menjadi valid dan realibel. Jadi instrumen yang valid dan realibel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan realibel.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana kuisisioner yang valid dan mana yang tidak. Menurut Suharsimi Arikunto, (1993: 225) dalam Sambas Ali Muhidin (2007: 31), yaitu :

Untuk menghitung korelasi antra pernyataan kesatu dengan skor total instrumen tersebut maka penghitungannya menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dari Karl Person,

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \text{Sambas Ali (2007: 31)}$$

Dimana :

r = Koefisien item vliditas yang dicari

n = Banyaknya responden

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah Skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah Skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikasi sebagai berikut :

- a. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan ($>$) nilai r table, maka item instrument dinyatakan valid
- b. Jika nilai r hitung lebih kecil ($<$) dari nilai r table, maka item instrument dinyatakan tidak valid.

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi (r), kemudian dilanjutkan dengan pengujian taraf signifikan koefisien korelasi dengan menggunakan rumus uji t sebagai berikut Suharsimi, 2004:281 :

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka item pertanyaan adalah signifikan/valid ($t_{hitung} > t_{tabel} = \text{valid}$). Sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka item pertanyaan adalah tidak signifikan / valid ($t_{hitung} < t_{tabel} = \text{tidak valid}$). validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Exel 2007 *for windows*. Hasil pengujian validitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Pengujian Validitas

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	0.778	0,205	Valid
2		0.810		Valid
3		0.564		Valid
4		0.881		Valid
5		0.574		Valid
6	Harga	0.696	0,205	Valid
7		0.831		Valid
8		0.883		Valid
9	Lokasi	0.599	0,205	Valid
10		0.222		Valid
11		0.356		Valid
12		0.691		Valid
13	Loyalitas konsumen	0.893	0,205	Valid
14		0.898		Valid
15		0.808		Valid

Dari hasil perhitungan setiap item skor kuisioner diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 0,1. dengan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh item soal kuisioner yang digunakan dalam teknik pengumpulan data penelitian ini valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2007: 354), pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan test- retest (*stability*), equivalent, dan gabungan keduanya.

Setelah harga- harga diperoleh maka dengan teknik korelasi Produk Moment dapat dihitung harga r_1 sebagai harga untuk mengukur reliabilitas instrument terhadap loyalitas konsumen di Restoran Tomodachi Bandung. Pengujian reliabilitas kuisisioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. (Suharsimi Arikunto 2006: 196)

Koefisien Alpha Cronbach (α) merupakan statistic yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Suatu uinstrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998: 88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Sambas Ali, 2007: 38})$$

Dimana :

- r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien alfa
- k = Banyaknya bulir soal
- $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian bulir
- σ_t^2 = Varian total
- N = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} \quad (\text{Sambas Ali, 2007: 38})$$

Dimana :

σ_t^2 = Varian total
 $\sum X$ = Jumlah skor
 N = Jumlah responden

Untuk mencari nilai tiap varians per-item digunakan rumus varians sebagai berikut Suharsimi, 2004:110 (dalam skripsi Anggraeni, 2009:56):

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Jika $r_1 > r_{0,05} \rightarrow$ reliabel

Sebaliknya jika $r_1 \leq r_{0,05} \rightarrow$ tidak reliabel

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 17 for windows*.

Tabel 3.5
Pengujian Reabilitas

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	0,777	0,205	Reliabel
2	Harga	0,727	0,205	Reliabel
3	Lokasi	0,722	0,205	Reliabel
4	Loyalitas konsumen	0,826	0,205	Reliabel

Dari hasil perhitungan setiap item soal kuisisioner diperoleh nilai Reliabilitas total adalah 0.777, 0.727, 0.722, 0.826. Dengan demikian semua item kuisisioner dalam penelitian ini Reliabel.

